

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
имени Михаила Туган-Барановского»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____

С. В. Дрожжина

2017 г.

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

УКРУПНЕННАЯ ГРУППА НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ
38.00.00 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
38.04.01 «ЭКОНОМИКА»

ПРОФИЛЬ МАРКЕТИНГ

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ
МАГИСТРАТУРА

КВАЛИФИКАЦИЯ
МАГИСТР

ДОНЕЦК 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общие положения	6
1.1	Основная образовательная программа подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	6
1.2	Нормативные документы для разработки основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	6
1.3	Общая характеристика основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	7
1.4	Требования к абитуриенту	8
2	Характеристика профессиональной деятельности выпускника магистратуры, обучавшегося по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг	8
2.1	Область профессиональной деятельности выпускника	8
2.2	Объекты профессиональной деятельности выпускника	8
2.3	Виды профессиональной деятельности выпускника	9
2.4	Задачи профессиональной деятельности выпускника	9
3	Компетенции выпускника, освоившего программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг	11
3.1	Общекультурные компетенции	12
3.2	Общепрофессиональные компетенции	12
3.3	Профессиональные компетенции	13
4	Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	17
4.1	Учебный план подготовки магистров и график учебного процесса	17
4.2	Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)	18
4.3	Рабочие программы учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков и производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	18

5	Ресурсное обеспечение основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	20
5.1	Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса	20
5.2	Кадровое обеспечение образовательного процесса	22
5.3	Материально-технические условия реализации образовательного процесса	22
6	Характеристика среды образовательной организации, обеспечивающей развитие общекультурных компетенций выпускников по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	24
7	Нормативно-методическое обеспечение системы оценивания качества освоения обучающимися основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»	25
7.1	Средства диагностики для проведения текущего и итогового модульного контроля	25
7.2	Итоговая государственная аттестация выпускников Приложение А. Матрица компетенций и формирующих их основных частей основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» Приложение Б. Учебный план и график учебного процесса подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» Б.1 Учебный план подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» Б.2 График учебного процесса подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» Приложение В. Аннотации учебных дисциплин (модулей) В.1 Перечень рабочих программ учебных дисциплин по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» В.2 Аннотации учебных дисциплин (вариативная часть) по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня	25

«магистратура»

Приложение Г. Рабочие программы практик, предусмотренных учебным планом подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Приложение Г. Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (НИР на базе виртуального предприятия)

Приложение Г. Производственная практика по получению профессиональных умений и навыков

Приложение Д. Сведения о местах прохождения практик студентами, обучающимися по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Приложение Е. Сведения о методическом обеспечении дисциплин учебного плана подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Приложение Ж. Методические указания к выполнению курсовых работ, предусмотренных учебным планом подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Ж.1 Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Экологический маркетинг»

Ж.2 Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Стратегический маркетинг»

Приложение З. Сведения об обеспеченности студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг, учебно-методической литературой

Приложение И. Сведения об обеспечении помещениями учебного назначения и другими помещениями ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Приложение К. Информация о наличии и наполненности специализированных компьютерных лабораторий, которые обеспечивают реализацию образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг

Приложение Л. Сведения об обеспечении образовательной программы магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг электронной информационно-образовательной средой

Приложение М. Программа итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

М.1 Программа государственного экзамена по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

М.2 Методические рекомендации по выполнению магистерской диссертации для студентов направления подготовки 38.04.01. «Экономика» профиль Маркетинг

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением на основе Государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ГОС ВПО), с учетом требований рынка труда и рекомендованной примерной образовательной программы.

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы производственной и преддипломной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Нормативную правовую базу разработки ООП ВПО магистратуры составляют:

- Закон Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015 г. № 55-ІНС;
- Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики «Об утверждении Положения о лицензировании образовательной деятельности» от 27.02.2015 г. № 2-11;
- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики «Об утверждении Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» от 30.12.2015г. № 750 с изменениями от 10.08.2016г. №832;
- Устав ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (новая редакция), утвержденный приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 13.11.2015 г. № 790;

- программа инновационного развития Университета на период до 2020 г., утвержденная Ученым советом Университета (протокол № 8 от 26.03.2009 г.);
- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики «Об утверждении форм, используемых в процессе лицензирования образовательной деятельности образовательных организаций Донецкой Народной Республики» от 04.05.2016г. №502;
- Программа инновационного развития образовательной деятельности Университета на пятилетний период (2014-2018гг.), утвержденная Ученым советом Университета (протокол № 1 от 22.09.2014 г.);
- Положение об организации учебного процесса в Университете (ПП 2-97/УН Система управления качеством, утвержденная 03.10.2016г.);
- Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», утвержденный приказом МОН ДНР от 13.07.2016 № 757);
- Примерная основная образовательная программа (утвержденная от 30.08.2017, протокол № 1).

1.3. Общая характеристика основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

Миссия ООП магистратуры состоит в подготовке высококвалифицированных кадров для профессиональной деятельности в сфере торгово-технологической; организационно-управленческой; логистической; научно-исследовательской и проектной в соответствии с требованиями ГОС ВПО и требованиями национального хозяйства.

Цель ООП ВПО состоит в формировании общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

Цель ООП магистратуры в области обучения: подготовка к профессиональной деятельности в сфере организации, управления и проектирования процессов в области экономики, маркетинга, торговли, логистики, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Цель ООП магистратуры в области воспитания личности: формирование и развитие у студентов социально-личностных качеств – социальной ответственности, лидерства, готовностью к работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину; готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма; стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии.

Срок освоения ООП ВПО по направлению по очной форме обучения составляет 2 года, по заочной форме обучения – 2 года.

Трудоемкость освоения студентом ООП ВПО в соответствии с ГОС ВПО по направлению 38.04.01 «Экономика» составляет 120 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом основной образовательной программы. Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам. Зачетная единица равна 36 академическим часам.

1.4. Требования к абитуриенту

К освоению образовательных программ магистратуры допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование любого уровня¹.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника магистратуры, обучавшегося по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускников программ магистратуры включает:

экономические, внешнеэкономические, бухгалтерские, финансовые, маркетинговые и аналитические службы предпринимательских структур различных организационно-правовых форм хозяйствования;

специализированные внешнеэкономические объединения, посреднические внешнеторговые фирмы, международные корпорации, инвестиционные, банковские и страховые организации;

торгово-промышленные палаты;

органы государственной и местной власти;

внешнеэкономические объединения при министерствах, ассоциации делового сотрудничества, региональные внешнеторговые объединения;

академические и отраслевые научно-исследовательские организации; учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников программ магистратуры с присвоением квалификации «магистр» являются:

деятельность субъектов хозяйствования; функционирование внешних и внутренних рынков; материальные, финансовые и информационные

¹ В соответствии с Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» № 55-ИНС от 07.07.2015 г

потоки; национальные и мировые финансовые системы; финансы субъектов предпринимательства.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программ магистратуры с присвоением квалификации «магистр»:

аналитическая;
проектно-экономическая;
организационно-управленческая;
маркетинговая;
консалтинговая;
научно-исследовательская;
педагогическая.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник программы магистратуры с присвоением квалификации «магистр» в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи:

аналитическая деятельность:

разработка, обоснование, анализ, диагностика и прогнозирование динамики основных социально-экономических показателей, характеризующих деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления и методик их расчета с учетом финансово-экономических рисков;

поиск, анализ и оценка экономической и финансовой информации для проведения расчетов и обоснования принимаемых управленческих решений;

оценка эффективности проектов, анализ и оценка финансово-экономических результатов их реализации с учетом фактора неопределенности; анализ существующих форм организации и управления подразделениями коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

анализ и оценка направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических, мировых и страновых особенностей;

анализ и оценка концептуальных подходов к методам и инструментам экономического, финансового и денежно-кредитного регулирования экономики;

оценка эффективности использования ресурсов;

проведение комплексного финансового и экономического анализа

деятельности предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления;

изучение и анализ конъюнктуры внешнего и внутреннего рынков;

проектно-экономическая деятельность:

подготовка заданий и разработка системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов;

разработка проектных решений с учетом фактора неопределенности;

подготовка заданий и разработка методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

составление всех видов планов предприятий, учреждений и организаций различных форм собственности, в том числе планов международного сотрудничества и развития внешних связей;

разработка стратегии предприятия на различных рынках, в том числе внешнеэкономической;

разработка оптимальной структуры управления на предприятии;

разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на внешнем и внутреннем рынках;

организационно-управленческая деятельность:

коммуникация на государственном и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности;

руководство профессиональной деятельностью на основе исторического и культурного наследия государства;

разработка краткосрочной, долгосрочной политики и стратегии развития предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм и их отдельных подразделений;

руководство экономическими, внешнеэкономическими, маркетинговыми, финансовыми и другими службами предприятий, учреждений и организаций различных форм собственности, органов государственной власти и местного самоуправления;

управление формированием и использованием ресурсов предприятия, учреждения, организации;

планирование и контроль всех видов деятельности предприятия, учреждения и организации;

организация работы по подготовке и заключению внешнеэкономических контрактов и контроль их выполнения;

подготовка статистической, налоговой и финансовой отчетности субъектов хозяйствования;

маркетинговая деятельность

проведение информационно-аналитической работы в области функционирования внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг, динамики их конъюнктуры и инфраструктуры с целью разработки адекватных маркетинговых решений в области товарной, ценовой, коммуникационной политики;

анализ и оценка поведения потребителей и маркетинговых инструментов воздействия на него при формировании потребительского спроса с учетом социальной направленности и экологических параметров их спроса и предложения;

разработка и реализация эффективного комплекса маркетинга для обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг предприятия во внешней среде;

организация, проведение и оценка результативности маркетинговых исследований в области предложения товаров и услуг, ценообразования, коммуникаций;

консалтинговая деятельность:

оказание консалтинговых услуг предприятиям, учреждениям, организациям различных организационно-правовых форм по вопросам совершенствования их хозяйственной деятельности;

проведение консалтинговых экономических, внешнеэкономических, маркетинговых и финансовых исследований по заказам предприятий, учреждений и организаций и разработка предложений по совершенствованию их хозяйственной деятельности;

научно-исследовательская деятельность:

исследование общих философских проблем науки и техники;

выявление и исследование актуальных проблем в области экономической теории, экономики, международной экономики, финансов, учета и аудита, маркетинга;

организация и проведение научных исследований, сбор, обработка, анализ и систематизация информации, выбор методов и средств решения задач исследования;

разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

разработка планов и программ проведения исследований в области профессиональной деятельности и подготовка соответствующих заданий для научных подразделений и отдельных исполнителей;

обобщение имеющихся данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций в области профессиональной деятельности;

интерпретация результатов исследований с целью разработки различных аспектов приоритетных направлений инновационного развития предприятий, учреждений, организаций;

педагогическая деятельность:

использование основ педагогики в образовательной деятельности; преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях высшего профессионального образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях, организациях среднего общего образования;

разработка образовательных программ и учебно-методических материалов.

3. Компетенции выпускника, освоившего программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные.

3.1.Общекультурные компетенции

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

способностью к философскому подходу к изучению проблем науки и техники, абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

пониманием и восприятием этических норм поведения в отношении других людей и в отношении природы; соблюдением норм здорового образа жизни (ОК-4);

способностью выполнять свои обязанности по профессиональной деятельности с учетом задач по охране труда и гражданской обороне в условиях изменчивости процессов исследования (ОК-5).

3.2.Общепрофессиональные компетенции

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК- 1);

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, историческое наследие государства (ОПК-2);

готовностью самостоятельно принимать профессиональные решения на основе использования законодательных и нормативных актов, знания теории и практики хозяйственной деятельности (ОПК-3);

готовностью воспринимать научную информацию, осуществлять ее аналитическую обработку, систематизацию и применять ее на практике (ОПК- 4);

способностью совершенствовать организационную структуру управления предприятием, учреждением, организацией, оптимизировать

потоки информации (ОПК-5);

готовностью овладевать психолого-педагогическими приемами воспитательной работы в коллективе с учетом специфики профессиональной деятельности (ОПК-6);

способностью применять современные методы исследования и анализа рисков, угроз и опасностей на рабочих местах и производственных объектах, участвовать в формировании оптимальных условий и режима труда (ОПК-7).

3.3.Профессиональные компетенции

Выпускник программы магистратуры с присвоением квалификации «магистр» должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры:

аналитическая деятельность:

способностью владеть методами аналитической работы, связанными с различными аспектами деятельности коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений при министерствах, ассоциаций делового сотрудничества, региональных внешнеторговых объединений (ПК-1);

способностью анализировать, систематизировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов, самостоятельно применять методы обработки документов, накопления информации в регистрах синтетического и аналитического учета, формировать статистическую, налоговую и финансовую отчетность (ПК-2);

способностью на основе комплексного экономического и финансового анализа оценивать эффективность финансово-хозяйственной деятельности, обосновывать финансово-экономические показатели и методики их расчета, давать оценку существующих рисков деятельности предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм (в том числе зарубежных), органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений для принятия стратегических решений на микро-, макро- и мезоуровне (ПК-3);

способностью составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности субъектов хозяйствования, отрасли, региона и экономики в целом (ПК-4);

способностью осуществлять анализ предоставления финансовых услуг различными финансово-кредитными учреждениями на денежном, кредитном и фондовом рынках; проводить расчеты эффективности предоставления финансовых услуг, рассчитывать необходимый объем кредита, график погашения кредита и уплаты процентов (ПК-5);

способностью анализировать состояние бюджета, определять причины бюджетного дефицита и разрабатывать меры по обеспечению сбалансированности бюджета; анализировать выполнение расходной части

бюджета в целом и распорядителей средств в частности (ПК-6);

способностью проводить финансовые расчеты относительно реальных потребностей в средствах для обеспечения текущей финансово-хозяйственной деятельности предприятия (ПК-7);

способностью контролировать законность и экономическую целесообразность хозяйственных операций и процессов, сохранность ресурсов и их эффективное использование (ПК-8);

проектно-экономическая деятельность:

способностью осуществлять самостоятельно или руководить подготовкой заданий и разработкой проектных решений и соответствующих нормативных и методических документов для реализации подготовленных проектов (ПК-9);

способностью на основе статистической, налоговой и финансовой отчетности осуществлять разработку бюджетов, стратегических, тактических и оперативных планов предприятий, учреждений, организаций, определять конкурентные формы регионального и международного бизнеса и прогнозировать конъюнктуру мировых рынков (ПК-10);

способностью обосновать на основе анализа стратегию поведения субъектов хозяйственной деятельности на различных сегментах внутреннего и внешнего рынков (в том числе внешнеэкономическую) на долгосрочный, среднесрочный и краткосрочный периоды (ПК-11);

способностью определять оптимальные направления инвестиционной деятельности предприятия, диверсифицировать ее, прогнозировать экономические последствия принимаемых инвестиционных решений; разрабатывать и реализовывать инвестиционную стратегию предприятия (ПК-12);

способностью выявлять основные тенденции в развитии мировой и национальной экономики и анализировать последствия принимаемых управленческих решений, участвовать в подготовке и проведении мероприятий коммерческой, инвестиционной, производственной политики организации (компании) в сфере внешней торговли и международного бизнеса (ПК-13);

способностью разрабатывать мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на различных рынках (ПК-14);

способностью разрабатывать планы международного сотрудничества и развития внешних связей, составлять модели поведения бизнеса в условиях мирового рынка и вырабатывать рекомендации по управлению рисками при осуществлении внешнеэкономической деятельности (ПК-15);

организационно-управленческая деятельность:

способностью руководить разработкой краткосрочной и долгосрочной экономической, внешнеэкономической, маркетинговой, учетной, финансовой политики и стратегии развития предприятий, учреждений, организаций на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-16);

способностью руководить экономическими, внешнеэкономическими, учетными, маркетинговыми, финансовыми и другими службами предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм,

органов государственной власти и местного самоуправления, неправительственных и международных организаций, временными творческими коллективами для разработки новых проектных решений (ПК-17);

способностью обеспечить организацию работы по исполнению разработанных и утвержденных бюджетов, стратегических, тактических и оперативных планов субъектов хозяйствования (ПК-18);

способностью использовать конкретные средства и инструменты для эффективного управления всеми видами ресурсов предприятия и формирования источников их финансирования (ПК-19);

способностью принимать участие в формировании инвестиционного портфеля (ПК-20);

способностью оценивать риски и принимать решения по их управлению (ПК-21);

способностью проводить синтетический и аналитический учет выполнения бюджета, учет доходов и расходов бюджета (ПК-22);

способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-23);

маркетинговая деятельность:

способностью анализировать и использовать различные источники информации о рыночной конъюнктуре, ее динамике, трендах для разработки адекватных маркетинговых стратегий и управленческих решений для предприятия, работающего на внутреннем и внешнем рынках товаров и услуг (ПК-24);

способностью проводить комплексный анализ факторов маркетинга предприятия, оценивать сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, разрабатывать меры по совершенствованию маркетинговых усилий (ПК-25);

способностью проводить диагностику текущего состояния товарной политики, эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг (ПК-26);

способностью разрабатывать и применять эффективные маркетинговые методы ценообразования, установление цены в соответствии с результатами сегментации и позиционирования (ПК-27);

способностью формировать, внедрять и оценивать коммуникационную политику предприятия, в том числе рекламную деятельность, в том числе ATL BTL инструменты (ПК-28);

способностью изучать поведение потребителей и маркетинговые способы воздействия на него, выявлять требования потребителей к качественным и потребительским характеристикам товаров и услуг, формировать истинную лояльность целевых сегментов (ПК-29);

способностью формировать, оценивать, контролировать и совершенствовать систему организации и управления торгово-закупочной и сбытовой деятельностью предприятия на различных типах рынков (ПК-30);

готовностью к разработке и использованию стратегии социально-

ответственного маркетинга и соблюдению стандартов социально-ориентированного поведения предприятия в условиях конкурентной среды на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг (ПК-31);

консалтинговая деятельность:

способностью оказать консалтинговые услуги коммерческим и некоммерческим организациям различных организационно-правовых форм по вопросам совершенствования их хозяйственной деятельности (ПК-32);

способностью проводить консалтинговые экономические, внешнеэкономические, маркетинговые и финансовые исследования по заказам предприятий, учреждений и организаций и разрабатывать предложения по совершенствованию их хозяйственной деятельности (ПК-33);

научно-исследовательская деятельность:

способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять и проводить исследование актуальных научных проблем, обосновывать теоретическую и практическую значимость выбранной темы научного исследования в области своей профессиональной деятельности (ПК-34);

способностью осуществлять разработку рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготовку заданий для групп и отдельных исполнителей (ПК-35);

способностью осуществлять разработку теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, давать оценку и интерпретировать полученные в ходе исследования результаты (ПК-36);

способностью осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области своей профессиональной деятельности, анализ их результатов, подготовку данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций (ПК-37);

способностью проводить исследование проблем экономической и финансовой устойчивости, интерпретировать результаты исследований с целью разработки приоритетных направлений и стратегий развития предприятий, учреждений, организаций с учетом фактора неопределенности, проводить исследование рисков для разработки системы управления ими (ПК-38);

способностью предоставлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада (ПК-39);

педагогическая деятельность:

способностью преподавать со знанием основ педагогики экономические дисциплины с использованием современных методов и методик преподавания в образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях, среднего общего образования (ПК-40);

способностью осуществлять разработку образовательных программ и учебно-методических материалов (ПК-41).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

4.1. Учебный план подготовки магистров и график учебного процесса

При составлении графика учебного процесса и учебного плана разработчики руководствовались общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

В графике учебного процесса и учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП, обеспечивающих формирование компетенций. Матрица компетенций и формирующих их основных частей основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» приведена в Приложении А.

В учебном плане определена общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах. Каждый учебный цикл имеет базовую часть и вариативную. Вариативная часть дает возможность расширения и углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых дисциплин, позволяет студенту получить углубленные знания, навыки и компетенции для успешной профессиональной деятельности или обучения в аспирантуре.

В структуру учебного плана по направлению 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг включены все обязательные циклы дисциплин, предусмотренные государственным образовательным стандартом и основной образовательной программой: 1) гуманитарный, социальный и экономический цикл; 2) математический и общенаучный цикл; 3) профессиональный цикл и разделов: практической подготовки и Государственной аттестации. Основная образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся.

Доля часов на все виды аудиторных занятий объем аудиторной учебной работы до 1/3 и самостоятельной работы студентов до 2/3 объема часов, выделенных на изучение учебной дисциплины. Соблюдается норма количества учебных дисциплин, которые изучаются в семестре, до 10, а в течение учебного года - до 20.

Учебный план, включая календарный график, справочник компетенций и их распределение по дисциплинам представлены в приложении Б.

4.2. Рабочие программы учебных дисциплин

Комплект рабочих программ учебных дисциплин по базовой, вариативной части учебного плана формулирует основное содержание дисциплин, формы самостоятельной работы, итогового контроля и их методическое обеспечение приведены в Приложении В.

4.3. Рабочие программы учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков и производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Учебная и производственная практики являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Учебная практика – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. Производственная практика - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе экономическая практика, педагогическая практика); научно-исследовательская работа (НИР). Они закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций. Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения в университете, на основе изучения опыта работы предприятия, а также овладение производственными навыками и основами научной организации труда. Это позволяет овладеть следующими профессиональными компетенциями:

способностью владеть методами аналитической работы, связанными с различными аспектами деятельности коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений при министерствах, ассоциаций делового сотрудничества, региональных внешнеторговых объединений (ПК-1);

способностью анализировать, систематизировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов, самостоятельно применять методы обработки документов, накопления информации в регистрах синтетического и аналитического учета, формировать статистическую, налоговую и финансовую отчетность (ПК-2);

способностью на основе комплексного экономического и финансового анализа оценивать эффективность финансово-хозяйственной деятельности, обосновывать финансово-экономические показатели и методики их расчета, давать оценку существующих рисков деятельности предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм (в том числе зарубежных), органов государственной власти и местного самоуправления,

внешнеэкономических объединений для принятия стратегических решений на микро-, макро- и мезоуровне (ПК-3);

способностью составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности субъектов хозяйствования, отрасли, региона и экономики в целом (ПК-4);

способностью анализировать и использовать различные источники информации о рыночной конъюнктуре, ее динамике, трендах для разработки адекватных маркетинговых стратегий и управленческих решений для предприятия, работающего на внутреннем и внешнем рынках товаров и услуг (ПК-24);

способностью проводить комплексный анализ факторов маркетинга предприятия, оценивать сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, разрабатывать меры по совершенствованию маркетинговых усилий (ПК-25);

способностью проводить диагностику текущего состояния товарной политики, эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг (ПК-26);

способностью разрабатывать и применять эффективные маркетинговые методы ценообразования, установление цены в соответствии с результатами сегментации и позиционирования (ПК-27);

способностью формировать, внедрять и оценивать коммуникационную политику предприятия, в том числе рекламную деятельность, в том числе ATL BTL инструменты (ПК-28);

способностью изучать поведение потребителей и маркетинговые способы воздействия на него, выявлять требования потребителей к качественным и потребительским характеристикам товаров и услуг, формировать истинную лояльность целевых сегментов (ПК-29);

способностью формировать, оценивать, контролировать и совершенствовать систему организации и управления торгово-закупочной и сбытовой деятельностью предприятия на различных типах рынков (ПК-30);

готовностью к разработке и использованию стратегии социально-ответственного маркетинга и соблюдению стандартов социально-ориентированного поведения предприятия в условиях конкурентной среды на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг (ПК-31).

Базами прохождения производственной практики определены:

большие хозяйственные организации различных форм собственности, общественные организации, другие учреждения, которые гарантируют соответствующие условия приобретения профессиональных умений и навыков.

Задачи производственной практики:

- получение информации о состоянии спроса и тенденциях развития конъюнктуры отдельных рынков; анализ маркетинговой среды;
- оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия;
- оценка привлекательности выпускаемой продукции;
- анализ конкурентных позиций и конкурентоспособности товаров;

- предложение продукции с улучшенными и новыми потребительскими характеристиками; сервисное обслуживание клиентов;
- разработка планов маркетинга;
- проведение работы по разработке и реализации целевых программ рационального использования ресурсов маркетинга;
- постановление задач по автоматизированной обработке маркетинговой информации, использование современных средств управления маркетингом;
- использование рациональных приемов поиска и использования научно-технической информации;
- проведение научных исследований по профилю подготовки, участие в их разработке.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающихся. Программы учебной и производственной практик представлены в Приложении Г.

Сведения о местах прохождения практик студентами, обучающимися по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура» приведены в Приложении Д.

5. Ресурсное обеспечение основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

5.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса осуществляется на основе нормативных документов Донецкой народной Республики и внутренних документов управления образовательной деятельностью в Университете. А именно:

1. Государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования.
2. Примерные основные образовательные программы по укрупненным группам направлений подготовки и специальностям.
3. Структура ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» 2016г.
4. Политика в области качества (СМК 4.2.1-01/УН от 01.04.2016г.).
5. Положение об Ученом совете Университета.
6. Положение об Учебно-методическом совете Университета (СМК 2-09/УН от 29.09.2016г. – 2 редакция).
7. Положение о Научно-техническом совете Университета (СМК 2-36/УН от 23.11.2010г.).
8. Положение о Приемной комиссии (СМК 2-08/УН от 02.03.2009г.- 1 редакция, СМК 2-09/УН от 14.02.2012г. -2 редакция).
9. Положение о ректорате (СМК 2-104/УН от 23.09.2016г.).
10. Положение об институте (СМК 2-01/УН от 03.04.2007г. – 2 редакция).

11. Положение о факультете (СМК 2-14/УН от 07.05.2012г.).
12. Положение о факультете дополнительного профессионального образования (СМК 2-99/УН от 14.12.2015г.).
13. Положение о кафедре Университета (СМК 2-11/УН от 10.06.2009г.).
14. Положение о кафедральном менеджменте (СМК 2-22/УН от 07.05.2012г.).
15. Положение об отделе карьеры (СМК 2-06/УН от 08.09.2016г.- 2 редакция).
16. Положение об отделе качества (СМК 2-10/УН от 10.06.2009г.).
17. Положение об учебно-методической лаборатории современных образовательных технологий (СМК 2-02/УН от 25.09.2007г.- 2 редакция).
18. Положение о центре «Абитуриент» (СМК 2-74/УН от 25.01.2016г.- 2 редакция).
19. Положение об Учебно-информационном институте инновационных технологий (СМК 2-75/УН от 25.01.2016г.- 2 редакция).
20. Положение о научной библиотеке Университета (СМК 2-50/УН от 07.05.2012г.).
21. Положение о совете студенческого самоуправления (СМК 2-27/УН от 15.03.2010г.).
22. Положение о службе охраны труда (СМК 2-35/УН от 25.05.2010г.).
23. Положение об обработке и защите персональных данных в базах персональных данных, владельцем которых является Университет (СМК 2-53/УН от 01.04.2016г.).
24. Положение о тьюторстве (кураторстве) в Университете (СМК 2-12/УН от 10.06.2009г.).
25. Положение об индивидуальном учебном плане студента (СМК 2-13/УН от 10.06.2009г.).
26. Положение о кредитно-модульной системе организации учебного процесса (СМК 2-15/УН от 10.06.2009г.).
27. Положение о порядке перевода, отчисления и восстановления студентов (СМК 2-94/УН от 17.10.2016г.- 6 редакция).
28. Положение об организации учебного процесса в Университете (СМК 2-97/УН от 03.10.2016г.- редакция 3).
29. Положение об индивидуальном обучении студентов в Университете (СМК 2-105/УН от 28.09.2016г.);
30. Положение о почасовом фонде оплаты труда в Университете (ПП 2-102/УН от 25.08.2016г.);
31. Рабочие программы учебных дисциплин;
32. Программы прохождения учебной и производственной практик;
33. Программа государственной итоговой аттестации;
34. Базовые учебники и учебные пособия по каждой учебной дисциплине (перечисляются в рабочих программах соответствующих дисциплин);
35. Основная и дополнительная учебно-методическая и научная литература по каждой учебной дисциплине, в том числе лабораторные практикумы, методические указания по выполнению самостоятельной работы,

специализированные периодические издания (основная и дополнительная учебно-методическая и научная литература, а также специализированные периодические издания перечисляются в рабочих программах соответствующих дисциплин).

36. Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники (указываются в рабочих программах соответствующих дисциплин);

37. Обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы, используемые при изучении дисциплин (указываются в рабочих программах соответствующих дисциплин);

38. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации, включающие: вопросы для самопроверки, вопросы и задания для самостоятельной работы, тесты и компьютерные тестирующие программы, рекомендуемые темы эссе, рефератов и докладов, вопросы для подготовки к экзамену (зачету) для каждой учебной дисциплины, примерные темы курсовых и комплексных междисциплинарных курсовых работ (указываются в рабочих программах соответствующих дисциплин);

Обеспечение обучающихся в университете по направлению 38.04.01. «Экономика» профиль Маркетинг учебной и учебно-методической литературой, методическими пособиями, научными, научно-периодическими и другими изданиями, необходимыми для осуществления образовательного процесса находятся на уровне нормативных требований. Реализация основной образовательной программы подготовки магистров обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам основной образовательной программы (Приложения Е, Ж. 3).

5.2. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ООП подготовки магистров по направлению 38.04.01. «Экономика» обеспечивается научно-педагогическими кадрами в соответствии с требованиями ГОС ВПО научно- педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и/или научно- методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной ООП, составляет 85% (не менее 70% в соответствии с ГОС ВПО); ученую степень доктора наук и/или ученое звание профессора имеют 29% преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины.

5.3. Материально-технические условия реализации образовательного процесса

Материально-технические условия для реализации образовательного процесса подготовки магистров по направлению 38.04.01. «Экономика» профиль Маркетинг соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и обеспечивают проведение:

- аудиторных занятий (лекций, практических и лабораторных работ, консультаций и т.п.);
- самостоятельной учебной работы студентов;
- учебных практик;
- учебно-исследовательской работы студентов.

Для проведения аудиторных занятий материально-техническое обеспечение ООП ВПО направлению 38.04.01. «Экономика» профиль Маркетинг включает:

- лекционные аудитории, компьютерные аудитории с установленным программным обеспечением (Microsoft Office) и проектором для демонстрации презентаций;
- аудитории для проведения практических занятий, которые в том числе включают компьютерные классы с установленным программным обеспечением (Microsoft Office) и доступом к сети Интернет для дисциплин, проводимых в компьютерных классах;
- для выполнения студентами самостоятельной учебной работы – персональные компьютеры в читальном зале библиотеки с доступом к электронным учебным пособиям, конспектам лекций, методическим рекомендациям по написанию курсовых и выпускных работ, в том числе:
 - задания для практических работ по дисциплинам учебного плана;
 - методические указания к выполнению дипломных работ по направлению подготовки 38.04.01. «Экономика» профиль Маркетинг.

Сведения об обеспечении помещениями учебного назначения и другими помещениями ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» приведены в Приложение И.

Информация о наличии и наполненности специализированных компьютерных лабораторий, которые обеспечивают реализацию образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг наведена в Приложении К.

Приложение Л. Сведения об обеспечении образовательной программы магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг электронной информационно-образовательной средой приведены в Приложении Л.

6. Характеристика среды образовательной организации, обеспечивающей развитие общекультурных компетенций выпускников по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

В ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» воспитательная работа является важной и неотъемлемой частью многоуровневого непрерывного образовательного процесса.

Воспитательная деятельность регламентируется нормативными документами и, в первую очередь, Комплексным планом воспитательной работы, основной целью которого является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота. Комплексный план включает следующие направления воспитательной деятельности: духовно-нравственное воспитание; гражданско-патриотическое и правовое воспитание; профессионально- трудовое воспитание; эстетическое воспитание; физическое воспитание; экологическое воспитание, профилактика злоупотребления психоактивными веществами.

На основании Комплексного плана воспитательной работы ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» разработаны и реализуются планы воспитательной работы факультета и кафедры, а также целевые проекты по различным направлениям воспитательной деятельности.

В ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» регулярно проводятся ярмарки вакансий, встречи с ведущими учеными, представителями бизнеса и работодателями. На основании заключенных договоров о сотрудничестве, студенты имеют возможность проходить практику, стажироваться и трудоустраиваться в известные коммерческие организации и госструктуры.

В целях решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, обеспечения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» создан Совет студенческого самоуправления (Положение о совете студенческого самоуправления (СМК 2-27/УН от 15.03.2010г.).

Основные направления воспитательной работы со студентами:

– влияние на создание в студенческих группах атмосферы добросовестности, ответственного отношения к учебе с целью раскрытия потенциальных возможностей личности студента в ходе учебных занятий и в процессе подготовки к ним (кадровое обеспечение – преподаватели, кураторы-тьюторы;

– развитие интеллектуально-нравственного потенциала студентов для самореализации в области науки (кадровое обеспечение – научные руководители, организаторы; формы реализации – студенческое научное общество, научные кружки, научно-практические конференции, олимпиады, конкурсы, фестивали, выставки);

– формирование в студенческой среде социально-активного типа личности через развитие системы содействия органам студенческого самоуправления (кадровое обеспечение – администрация вуза, студенческий актив; формы реализации – обучение актива, осуществление планов внеучебных мероприятий и социальных проектов);

– патриотическое и гражданское воспитание (кадровое обеспечение – преподаватели социально-гуманитарных дисциплин, формы реализации – тематические мероприятия, поездки, добровольческие (волонтерские) акции, создание музея университета);

– нравственное и эстетическое воспитание, формирование корпоративной культурной среды, включающей корпоративные ценности, традиции, мероприятия, коммуникации, корпоративную этику и этикет (кадровое обеспечение – преподаватели, кураторы-тьюторы; формы реализации – в рамках учебного процесса, осуществление соответствующих внеучебных мероприятий);

– физическое воспитание студентов, пропаганда здорового образа жизни (кадровое обеспечение – преподаватели физического воспитания, студенческий актив; формы реализации – на занятиях физической культурой, в спортивных секциях, циклы лекций и бесед, акции, флэш-мобы).

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценивания качества освоения обучающимися основной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг образовательного уровня «магистратура»

7.1. Средства диагностики для проведения текущего и итогового модульного контроля

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП вуз созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Оценочные средства по каждой дисциплине представлены в рабочих программах дисциплин (приложение В1).

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников

В соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования подготовки магистров по направлению 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг обязательным видом итоговых аттестационных испытаний является государственный экзамен и защита дипломной работы.

Государственный экзамен по направлению 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг проводится в форме государственного междисциплинарного экзамена по комплексу дисциплин, обеспечивающих теоретическую основу профессиональной подготовки с целью определения соответствия знаний выпускника требованиям ГОС ВПО по направлению.

Основные задачи государственного экзамена:

- оценка уровня освоения учебных дисциплин, определяющих профессиональные способности магистра;
- выявление сформированности компетенций;
- определение соответствия подготовки выпускников квалификационным требованиям ГОС ВПО.

Дипломная работа магистра выполняется представляет собой законченную разработку, в которой решается та или иная конкретная практическая задача торговой деятельности.

Цель выполнения дипломной работы – установление умений и навыков выпускника, а также закрепление и углубление теоретических знаний и практического опыта по избранной специальности.

При выполнении дипломной работы, обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Методические указания к выполнению дипломной работы содержат основные требования к порядку выполнения, содержанию и структуре, оформлению и процедуре защиты, а также приложения с формами и образцами необходимых документов.

Программа государственной итоговой аттестации по направлению 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг разработана на основании следующих документов:

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг;
2. Положение об организации учебного процесса в Университете (ПП 2-97/УН Система управления качеством, утвержденное 03.10.2016г.);
3. Учебный план направления 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг.

Программа государственной итоговой аттестации и методические указания к выполнению дипломной работы для студентов направления 38.04.01 «Экономика» профиль Маркетинг приведены в приложении М.

Разработчики основной образовательной программы:

Заведующая кафедрой
маркетинга и коммерческого дела Е.М. Азарян Е.М. Азарян

Профессор кафедры маркетинга
и коммерческого дела И.Х. Баширов И.Х. Баширов

Профессор кафедры маркетинга
и коммерческого дела Н.А. Криковцева Н.А. Криковцева

Профессор кафедры маркетинга
и коммерческого дела Е.Б. Казакова Е.Б. Казакова

Одобрено:
Учебно-методическим Советом ГО ВПО «ДонНУЭТ
им. М. Туган-Барановского» Протокол № 1 от 30.08 2017г
Председатель Л.А. Омелянович
« 30 08 2017 г. № 1 »

© Коллектив авторов., 2017 г
© ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2017 г